

1. キッズとインテリアが充実したララポート豊洲

有楽町線で3駅、銀座からバスで15分の石川播磨ドック跡地のララポート豊洲は住宅開発が進み、ファミリー層が急増しているためキッズ関連と家具、インテリア、生活関連に力をいれた施設でここまである業態を充実させた大型SCは日本では初めてではないでしょうか。家具、インテリアは6600平方メートルで「アクタス」「インザルーム」などの大型店に加え代官山の「ラメゾンデピス」自由が丘「クワイエットアワーズ」等のこだわり店等16店を導入しました。ここまで集積するとかなり広範囲からのお客様が動員出来そうです。更にキッズはTVや新聞で連日報道されたメキシコに本社がある「キッズニア東京」はじめ「ミュージックアカデミー東京」「ハローキティのドレミファ島」などを導入しました。特にキッズニアは既に来年の3月まで予約で一杯の状況だそうで、運よく当日の開店と同時に限られた当日整理券を入手出来ても入場は午後の3時過ぎだそうです。キッズ関連でも相当広範囲からも集客が見込めそうです。又、地元住民には静岡から東京初出店の高級スーパー「アオキ」が大好評です。都市生活者のライフスタイル提案型SCでここまでコンセプトを明快にし、テナント開発した三井不動産の進化は川崎も含め目覚ましいものがあります。ララポート豊洲の課題はスペインの設計会社が担当したそうですが導線の分かりにくさと同時にサインが分かりにくい点です。

2. 百貨店とSCとファッションビルの要素が加わった「ラゾーナ川崎」

川崎駅のコンコースを抜けると目の前がラゾーナの広場でオープンな開放的なSCは川崎のイメージを変えました。バナナリパブリック、コーチ、UA グリーンレーベル、無印良品、県内最大のユニクロ、ホームセンターのユニディ、ダオソー等、上質から値ごろある287店舗を集めビックカメラを含め650億の年商を見込んでいます。ラゾーナの強みはファッション専門店の充実と食品の充実です、大型の食品スーパー「サンワ」とデパ地下並みの(なだ万、ホテルオオクラ、シェルイ、ダロワイヨ、林家茶園、モチクリーム)等々の52店が揃いました。更に京都の「八百一」や精肉の「柿安」等がサンワで物足らないお客様のために導入し正に食も上質から値ごろ感のラインアップです。このSCの最大の特徴は百貨店とSCとファッションビルの機能を備えた事です。ここを見るとSCに百貨店、GMSは必要ないことがわかります。オープン後、連日12万を越える集客とのことです。この影響は東口のBE、アゼリア、さいか屋、丸井が20%前後の売り上げダウンだそうです。とりわけ百貨店のさいか屋の打撃は厳しいものがあります。いよいよ地域内SC競争の時代を川崎に見て取れます好調の出だしのラゾーナですが課題はあります。今後、意外と商圈が浅い川崎商圈をどこまで拡大、深耕できるかの課題とオーストラリアの設計会社に依頼した建築構造で広場に面したオープンモール型ショップがルーフがあるというものの雨や真夏、真冬の客足をどこまで確保できるのか与野のステラタウンの例でもわかるよう懸念されます。

3. レヴェルが断然、違ったルミネ接客コンテスト

9月27日にルミネ全店の接客コンテスト(ルミネスト2006)に招待されレヴェルの高さでコン

テストの驚嘆させられました。ルミネ11施設、24000人の頂点へとまずは1400人が参加し、2回の予選会を通った104名が(ルミネストゴールド)をかけ六本木の全日空ホテルで開催されました。会場内は出場テナントの応援団とルミネ各施設のスタッフで熱気に溢れ、その中を大画面のモニターに出演者が紹介され演技が終了すると割れんばかりの拍手で盛り上がります。更に表彰式はまるでアカデミー賞かレコード大賞のステージ並みの仕掛けがなされ各賞が発表されます。優勝のルミネ新宿店「ミュージカ」佐藤さんが決定すると私も思わず目頭が熱くなる感動を覚えたほどでした。ルミネの花崎社長が「感動しました。皆様はルミネの宝物です。オーナーやデザイナー、バイヤーのこだわりやブランド価値をお客様にお伝えしているのが販売スタッフの皆様です」との話があり、出場者にとってはこの日ほど販売員をやっていて良かった心底思ったに違いありません。ビームスの設楽社長が全員、わが社に来ていただきたいとスピーチで話されましたがその気持ち良くわかります。又、その後のパーティが大変素敵で楽しくて、まさにここまでやるかの仕掛けはいかにルミネがCSとテナントESに全力で取り組んでいる証でしょう。

4. ウォルマートがアメリカ国内で出店を抑制と発表

07年1月期は335店～370店出店を計画しているウォルマートが08年1月期は305店～330店に抑制するほか、一部店舗の縮小も行うことが報道されました。

これまでシェアアップとコストダウンを両輪として急拡大してきた、世界売り上げナンバーワン企業も米国内4000店を越えたところでついに「行き着いた」と見る事ができそうです。

日本でもコンビニの売り上げが減少しはじめ、セブンイレブンでも今年度は5%ダウンと伝えられていますから4.2兆円売り上げから見て、1000億円の減収です。これもまた「行き着いた」のでしょうか。

ダイエーとイオンの動向が注目されていますが、これも国内GMS業態が「行き着いた」結果と見るならば今後の方向も変わってくるのではないのでしょうか。

百貨店協会がまとめた「百貨店業界再創造研究報告」を読んで、その力作3部作のなかに来店客の動向が一行も無いことに気がつきました。百貨店に来店している人が増えているのか減っているのか(売り上げ減少は分析)その原因について知ることが先決事項と思えるのですが？

ローサイド専門店「行き着いた」後のM&Aが進み全体としての調整が行われようとしています。では拡大・成長めざましいSC業態が「行き着く」のは何時なのかを見据えた議論もはじまっているようです。

5. 隠家的フレンチレストラン”cojito” はCS度も高い

西麻布にあるワインバーの「アルモニ」や「マルシェ・オーヴァン・ヤマダ」のシェフ山田実弘氏の最新店です。六本木ヒルズのグランドハイアットのすぐ側の路地を入った所にある隠家的な一軒家を改装したフレンチレストラン。インテリアはどっしりした感じのアンティーク調。とても落ち着く雰囲気。お料理はどれも皆美味しく丁度よいポーション。フレンチ特有のずっしりとした重さはなくどれも素材の美味しさを際立たせるソースの味が絶妙。デザートを食べ終わって気持ちよくお腹一杯に。

お店の人達感じもとても良く帰る時にはシェフがきちんとドアまでおくってくれたのが印象的。アットホームな感じのレストランで過ごした時間は格別でした。

ランチメニューは2000円、3500円、5500円、ディナーは4800円～。

港区西麻布3-2-15 03-3796-3838 営業時間:12:00-24:00 定休日:日曜